

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АПК УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ**

**Морока Ю.О., студентка\*,  
Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка**

Конкурентоспроможність є складним поняттям. Вона складається з декількох елементів: висока якість товару, додаткові послуги, після продажне обслуговування, високий рівень яких дає можливість витримувати конкуренцію і збільшувати частку ринку.

Конкурентоспроможність є одним із суттєвих показників стану підприємства, який визначає перспективи його розвитку, можливість досягнення стратегічних цілей та завдань. Розглядаючи сутність поняття „конкурентоспроможність підприємств”, вона має поєднувати в собі інформацію про чинники, які забезпечують завоювання та утримання конкурентних позицій підприємств на ринку. Тому конкурентоспроможність аграрних підприємств – це здатність суб’єктів економічної діяльності аграрної сфері пристосовуватись до нових умов господарювання, використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі на ринках аграрної продукції та послуг, ефективно використовуючи земельні ресурси.

Про низький рівень конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на європейському продовольчому ринку свідчать: низька ефективність цієї галузі порівняно з іншими країнами; невідповідність структури українського експорту попиту країн ЄС на сільськогосподарську продукцію; невелика частка підприємств, сертифікованих згідно з міжнародними стандартами.

Значною мірою перешкоджають зміцненню конкурентоспроможності такі чинники, як: низький рівень розвитку вітчизняної фінансово-кредитної системи; нерозвиненість інфраструктури АПК; недостатня гармонізація українських стандартів якості з міжнародними; недостатність державного цільового фінансування науково-прикладних розробок.

Для створення сучасного конкурентоспроможного сільськогосподарського виробництва в Україні доцільно створити хоча б у кількох регіонах країни аграрні технополіси, які дозволили б

---

\* Науковий керівник – *Калініченко С. М., ст. викладач*

децентралізувати аграрний науково-технічний потенціал, об'єднали б підприємства агропромислового комплексу різних форм власності та науково-дослідні інститути з метою ефективної співпраці.

Можливими шляхами підвищення конкурентоспроможності українських аграрних підприємств є:

— Відповідність вітчизняних стандартів на продукцію агропромислового комплексу вимогам стандартів Європейського Союзу, куди прагне або збирається в найближчому майбутньому вступити Україна;

— налагодження сучасної інфраструктури аграрного ринку;

— поліпшення взаємозв'язків українських аграрних підприємств;

— налагодження співпраці підприємств агропромислового комплексу з науково-дослідними установами;

— збільшення експортного потенціалу вітчизняних підприємств шляхом сприяння та впровадження систем управління якістю;

— поліпшення репутації України на міжнародному ринку як виробника екологічно чистої і безпечної продукції;

— організація міжнародних виставок, ярмарків, конференцій на території нашої країни і сприяння участі вітчизняних суб'єктів господарювання у таких заходах за кордоном;

— збільшення обсягів державного фінансування наукових розробок в аграрній сфері і т.д.

Світова спільнота визнає українські підприємства агропромислового комплексу, які мають реальні перспективи завоювання значного сегмента міжнародного ринку аграрної продукції. Саме тому український уряд сьогодні має розробити державну політику розвитку АПК, такі економіко-правові, фінансові, адміністративні заходи, які б реально забезпечили ефективні структурні перетворення агропромислового виробництва з урахуванням як національних, так і міжнародних аспектів.

Дуже важливо створити необхідні умови для захисту вітчизняних аграрних підприємств і максимально можливого підвищення конкурентних переваг української продукції АПК не тільки в нашій країні, але і в Європі, і в світі. Стабілізація виробничо-фінансового стану агропромислового комплексу України на ринках США, ЄС та інших країн безпосередньо залежить від швидкості і спрямованості структурної перебудови експортно-імпортного потенціалу вітчизняних підприємств зі стратегічною визначеністю на вивезення конкурентоздатної продукції на ці ринки. Стимулювання розвитку експортного потенціалу галузі можливе лише на основі

сучасних структурно-трансформаційних перетворень у сільському господарстві з метою стабілізації та нарощування виробництва конкурентоспроможної продукції.

Здійснення зовнішньоекономічної діяльності вимагає дотримання, насамперед, українських національних інтересів. Домогтися широкого застосування протекціоністських заходів стосовно імпорту товарів і обмеження конкуренції з боку зарубіжних фірм та інших партнерів на внутрішньому ринку можна лише за умови становлення власного виробництва та відповідного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

## **ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА КАК КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ**

***Мяликов К., Джумаева А., магистранты\*,  
Харьковский национальный технический университет  
сельского хозяйства имени Петра Василенко***

История развития маркетинга начинается с возникновения товарообмена в Древней Греции и Риме, где впервые товары реализовывались оптовыми партиями через посредников. Однако становление маркетинга как особого вида экономической деятельности приходится на XVII столетие. С появлением теории маркетинга в Англии уже с того времени продажа товаров в пределах и за границы страны в основном осуществлялась с помощью специально созданных посреднических структур, которые были полноправными участниками рынка. Становление в качестве отдельной науки маркетинг начал в конце XIX - начале XX столетия в США. Тем не менее, как самостоятельная концепция предпринимательства, маркетинг сформировался во второй половине XX столетие, после чего и началось его быстрое развитие. Одно из первых определений термина «маркетинг» в американской экономической литературе в начале XX столетия трактовало его как предпринимательскую деятельность, которая управляет продвижением продукции от товаропроизводителя до конечного потребителя, основное внимание при этом отводилось физическому перемещению

---

\* *Научный руководитель – Мандыч А.В., к.э.н., доцент*